



INLEIDING

Jurriaan Schrofer wilde van alles worden: acteur, filosoof en filmregisseur. Maar hij belandde bij Dick Elffers, die vlak na de oorlog een assistent zocht. Zo werd hij grafisch ontwerper. Uit zijn loopbaan blijkt dat hij dit vak heel ruim opvatte. De genres die hij beoefende, liepen uiteen van letters en boeken tot tijdschriften, brochures, advertenties, merken, huisstijlen, bewegwijzering, kalenders, agenda's, postzegels, platenhoezen en affiches. Ook ging hij ruimtelijke objecten, zeefdrukken en kunstwerken maken. Bovendien ontpopte hij zich als bestuurder in de ontwerp- en kunstwereld. Geen wonder dat hij zichzelf een gretig mens noemde die barstte van de interesses. Schrofer zocht telkens nieuwe avonturen op en nam als de toneelspeler die hij had willen worden voortdurend andere rollen aan. Zijn veelzijdigheid bracht hem in alle regionen van het bedrijfsleven en de kunstwereld.

Van huis uit kreeg Schrofer als kunstenaarszoon veel culturele bagage mee en als scholier werd hij gevormd door de vrijzinnige Werkplaats van Kees Boeke. Elffers gold destijds als een topontwerper. Hij was kunstzinnig en organisatorisch begaafd en had charisma. Schrofers tweede opvoeding als ontwerper volgde tussen 1952 en 1955 op de drukkerij van Dirk Meijer in Wormerveer. Kwaliteitsdrukker Meijer had aandacht voor vormgeving en stimuleerde nieuwe ontwikkelingen. Daar maakte Schrofer zich meer vaardigheden eigen: kennis van druktechnieken, omgaan met een keur aan klanten en uiteenlopende opdrachten vormgeven. Veel drukwerk diende pr-doeleinden en omdat Meijer een breed pakket aan diensten wilde aanbieden, raakte Schrofer betrokken bij Meijers expansiedrang. Zo ontpopte hij zich tot pr-adviseur, samensteller van fotoboeken en mededirecteur van Meijers uitgeverijtak. Deze activiteiten speelden zich af tegen het decor van de wederopbouw en de industrialisatie van Nederland: een optimistisch klimaat waarin grafische vormgeving zich ontwikkelde tot een modern en erkend beroep.

Toen Schrofer in 1955 als freelancer verderging, legde hij zich toe op fotoboeken, met als bekendste voorbeeld het boek *Een liefdesgeschiedenis in St. Germain des Prés* van fotograaf Ed van der Elsken. Hij stelde zich op als regisseur en entrepreneur, en raakte gegrepen door het vertellen van beeldverhalen. Het relatief nieuwe en populaire medium fotoboek exploreerde hij op alle denkbare manieren, waardoor hij op dit gebied als een pionier geldt. Met deze opdrachten vestigde hij zijn naam als redactioneel ontwerper: de vormgever die de relatie tussen tekst en beeld bepaalt en zijn stempel op de inhoud drukt. Het genre bedrijfsfotoboek bracht hem in contact met het Hoogovenconcern, waar hij een nieuwe rol kreeg: consultant voor het hele communicatiebeleid. Hij was ondernemend, zat vol ideeën en nam initiatieven. Als ontwerper ging hij vaak aan beide kanten van de tafel tegelijk zitten. Buiten zijn werk voor bedrijven en fotografen kreeg hij opdrachten in het culturele circuit van uitgevers, musea, toneelgezelschappen en de Dienst Esthetische Vormgeving van de PTT. In 1959 kwam hij in de redactie van architectuurtijdschrift *Forum*, spreekbuis van *angry young architects* als Aldo van Eyck. Schrofer deelde hun inclusieve visie op het modernisme en raakte sterk doordrongen van de filosofisch-poëtische maar strijdbare retoriek van de *Forum*-avant-gardisten.

Jurriaan Schrofer 1962,
foto Johan van der Keuken.

In eigen kring trad hij net zo uitgesproken naar voren met kritische lezingen, waarmee hij onder zijn collega's uit de ontwerpersvakvereniging Gkf reuring veroorzaakte. Binnen die groep stelde hij de inhoud van het vak begin jaren zestig indringend ter discussie. Schrofer functioneerde als aanjager van debat en zorgde als bestuurslid voor een ommezwaai, omdat hij in de jaren zestig aandrong op een fusie met de 'reclamejongens'. De Gkf, sterk verbonden met het verzet en de kunstwereld, stelde zich door Schrofers overredingskracht open voor vormgevers en tekenaars die hun brood verdienden in de commerciële wereld. Hij ging heilige huisjes te lijf en trok dogma's in twijfel. Binnen de Gkf was hij in ethisch opzicht een iconoclast, maar evenzeer de intellectueel die het vak een meer theoretische basis wenste te geven en bruggenbouwer tussen kunst en reclame.

Deze rollen vervulde hij met verve, gebruikmakend van zijn verbale en analytische vermogens. Zulke talenten gaven hem als ontwerper overwicht en gezag, en gingen zijn carrière bepalen. Nieuwe rollen lagen in het verschiep, nieuwe werelden openden zich. Schrofer raakte betrokken bij de Nationale Publiciteits Onderneming (NPO), een groot reclamebureau dat zich bezighield met het imago van ondernemingen en overheidsinstellingen. Bij de NPO ontpopte hij zich als strateeg en meedenker van campagnes en advertenties. Bovendien stimuleerde hij daar jong talent door als creatief directeur meervoudige prijsvragen te entameren. In de jaren zeventig strekte zijn invloed zich ook uit tot het kunstbeleid van de overheid. Hij was toen verbonden aan ontwerp bureau Total Design, maar het besturen en adviseren in de kunstwereld kregen de overhand. Schrofer raakte geheel geïnvolveerd in de opdracht- en omgevingskunst, die in die jaren opgang maakte. In zijn favoriete rol, die van voorzitter, laveerde hij tussen ambtenaren, beleidsmakers en kunstenaars. Via werkgroepen, commissies, raden en organisaties zette hij zich in voor verandering, creativiteit en experiment. Zijn laatste baan was directeur van de Academie voor Beeldende Kunsten in Arnhem.

Met zijn eigen werk sloeg Schrofer ook nieuwe richtingen in. Hij zocht de ruimte op met alternatieve interpretaties van bewegwijzering en kunstwerken in en aan gebouwen. Beïnvloed door de op art en geometrische abstractie, experimenteerde hij met bewegende typografie, perspectief, tekens, patronen en structuren. Met een toewijding die aan bezetenheid grenst, onderzocht hij de ruimtelijkheid van het platte vlak. Zijn lettercomposities gaven het begrip ornament een nieuwe inhoud. Ze kwamen allemaal handmatig tot stand, maar lopen vooruit op de mogelijkheden van de computer. Daarna wijdde hij zich geheel aan het ambacht. Op zijn atelier creëerde hij ingetogen, poëtische lettersculpturen, die nog weer een nieuwe dimensie aan zijn werk en persoon toevoegen, die van beeldend kunstenaar. In de openbare ruimte manifesteerde hij zich met omgevingskunst.

Schrofer was primair grafisch ontwerper, maar hij beperkte zich allerminst tot dat vak of die wereld. Met grote gretigheid begaf hij zich op tal van terreinen en velden. Het 'veld', een begrip van socioloog Pierre Bourdieu, kent inzetten en belangen die daarbinnen op het spel staan, alsook een eigen habitus.¹ De grafisch vormgevers-Gkf vormden zo'n veld dat zowel onderlinge verschillen vertoont als een gemeenschappelijke en specifieke mentaliteit. Schrofer nam ten opzichte van collega's een eigen positie in en trok de historisch gegroeide Gkf-habitus in twijfel. Het veld kan echter ook opgevat

worden als een netwerk dat zich uitstrekt tot en met partijen uit de grafische wereld als drukkers, papierhandelaren, opdrachtgevers, critici, beleidsmakers en publiek. Zo'n netwerk van onderlinge relaties benoemde Howard Becker als 'art world', een geheel van activiteiten, personen, instellingen en conventies dat de productie, distributie en receptie van kunstwerken bepaalt.² Om Schrofer als 'cultural traveller' en in al zijn gedaantes te volgen, worden beide begrippen (synoniem) gebruikt.

Die werelden of velden zijn soms strikt gescheiden of begrensd (kunst en commercie), maar kunnen elkaar eveneens overlappen en in elkaars verlengde liggen (kunst en vormgeving). Er kan sprake zijn van strijd, maar ook van samenwerking of van allebei tegelijk. Bram Kempers introduceerde in dat verband een verwant begrip, het 'polemisch verbond'.³ Betrokkenen uit de kunstwereld opereren in allianties, maar daarbinnen doen zich meningsverschillen en conflicten voor. Ook dat begrip is relevant, omdat het zowel de onderlinge strijd van Bourdieu als de samenwerking van Becker toelaat. Relaties en netwerken, configuraties en institutionele verbanden kenmerken zich immers ook door ambivalentie en dynamiek. De (kunst)sociologie vormt daarmee een belangrijk kader om Schrofers beweeglijke carrière in de wereld van vormgeving, cultuur en kunst te analyseren.

Anders dan de kunstenaar onderhoudt de grafisch ontwerper echter intensieve relaties met het bedrijfsleven en is hij afhankelijk van opdrachtgevers. Zijn werk is geen autonome kunst. Opdrachtgevers, economische ontwikkelingen, veranderingen in druktechniek en opvattingen over communicatie, bepalen mede wat hij maakt. Het perspectief van het grafisch ontwerpen als praktijk en professie, inclusief alle veranderingen die zich daarin voordeden, kan dan ook niet ontbreken. De intermediaire functie die de grafisch ontwerper vervult, gaf Schrofer een heel eigen inhoud.

Omdat Schrofer een van de vooraanstaande ontwerpers was die het vak grafisch ontwerpen na de oorlog gestalte gaven, hoort zijn werk tot het cultureel erfgoed. Toen hij in 1990 vlak na zijn leermeester Dick Elffers overleed, was het onderbrengen van ontwerpersarchieven nog een punt van zorg. Vanuit de grafisch ontwerpers ontstond de stichting Nederlands Archief Grafisch Ontwerpen NAGO, een organisatie die zich over hun nalatenschappen ontfermde. Sinds 1992 worden die archieven niet meer zozeer in musea bewaard, maar bij andere erfgoedinstellingen ondergebracht en ontsloten. Dankzij gezamenlijke inspanningen van musea, het NAGO, de Premisela stichting (inmiddels beide opgegaan nieuwe instituten), het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie, Bijzondere Collecties van de Universiteit van Amsterdam, het Reclamearsenaal, Designgeschiedenis Nederland en het Louis Kalff Instituut begint er (ook op internet) een infrastructuur te ontstaan voor de geschiedenis van vormgeving.

Het archief van Schrofer vormt voor deze studie de belangrijkste bron. Bijzonder is in dit geval dat er veel schetsen, foto's, offsetfilms en soms zelfs loden plaatjes bewaard bleven, zodat het mogelijk is het ontstaan van zijn werk te laten zien. Bijzonder is ook dat Schrofer veel correspondentie en andere stukken bewaarde, zodat het archief tevens licht werpt op opdrachten en hun context. Hij was verbaal begaafd en schreef vaak uitgebreide toelichtingen die inzicht geven in zijn overwegingen en het verloop van ontwerpprocessen. Interviews met en artikelen over Schrofer, evenals zijn eigen publicaties, geven

² Becker 1982; Bruno Latour gaf daar een vervolg aan met de zogenaamde Actor Network Theory, die ook technologie en producten als actoren beschouwt.

³ Kempers 1991.

daarop aanvullingen. Onderzoek in andere archieven, primaire en secundaire literatuur, en gesprekken met betrokken personen completeren de bronnen.

Die interviews met betrokkenen bleken onontbeerlijk, aangezien het erfgoed van opdrachtgevers vaak als sneeuw voor de zon is verdwenen. Door fusies en faillissementen gingen tal van bedrijven sinds de jaren zeventig ten onder zonder een spoor achter te laten. Voorbeelden zijn fameuze drukkerijen als Meijer of Mouton, waarvoor Schrofer lang gewerkt heeft, en het grote reclame- en pr-bureau NPO, dat geruime tijd van zijn diensten gebruikmaakte. Maar ook bij uitgevers en musea is het verleden ten prooi gevallen aan opruimwoede, moderniseringsdrang, verhuizingen, ruimtegebrek of gewoon slordigheid en onoplettendheid. Veel getuigen konden via via en door zoeken opgespoord worden, sommigen van hen bleken helaas niet meer te leven. Degenen die er nog wél waren, hebben een onmisbare bijdrage aan deze studie geleverd, hetgeen niet alleen het onschatbare belang van 'oral history' voor de ontwerpgeschiedenis bewijst, maar tevens onderstreept dat erfgoed zich niet beperkt tot ontwerpersarchieven. Buiten opdrachtgevers waren dat familieleden en vrienden, collega's, assistenten, leerlingen en medewerkers van bedrijven en instellingen.

Het oeuvre van omnivoor Schrofer past niet in het traditionele model van de chronologisch-stilistisch beschrijvende monografie. Dat kunsthistorische model is ook niet wenselijk, want de genres van het grafisch ontwerp vallen niet over één kam te scheren. Bovendien verhoudt de ontwerper zich tot een opdracht, een functie, een opdrachtgever en het professionele veld. Schrofer gaf dat zelf al aan in zijn laatste publicatie *Zienderogen* en onder designhistorici is de geschiedschrijving van grafische vormgeving onderwerp van debat.⁴ Zo betwijfelde de Amerikaan Victor Margolin of er wel één geschiedenis van grafische vormgeving bestaat.⁵ Margolin maakte een onderscheid tussen het object van studie (grafische artefacten) en grafisch ontwerpen als activiteit. Visuele communicatie is als activiteit zo oud als de mensheid, maar horen de grotschilderingen van Lascaux daarom tot de geschiedenis van grafische vormgeving? De boek- en letterproductie staan in een andere traditie dan affiches of reclame, gebonden als ze zijn aan verschillende media, technieken, praktijken en discoursen. Het oeuvre van Schrofer is in deze monografie thematisch ingedeeld: pr-drukwerk voor bedrijven, fotoboeken, werk voor de culturele sector, reclame, bestuurswerk en ruimtelijk werk; letters, experimenten en beeldend werk. Het kader is sociaaleconomische geschiedenis, kunstgeschiedenis, fotografiegeschiedenis, ontwerp-geschiedenis, kunstsociologie, communicatietheorie en visuele perceptie. Aan al deze disciplines en subdisciplines zijn termen, begrippen en inzichten ontleend. Visuele analyse en beschrijving van Schrofers werk zijn gekoppeld aan een reconstructie van de contexten waarbinnen hij als ontwerper en bestuurder functioneerde. De opdrachtgevers, de genres, het vak en de velden staan in wisselwerking met Schrofer. Die interactie staat centraal. In welke velden begaf hij zich, welke rol speelde hij daar, welke positie(s) nam hij in en welke betekenis kan aan zijn werk en zijn activiteiten toegekend worden?

Met zijn eigen uitspraken hield Schrofer een ongrijpbaarheid in stand omdat hij dubbelzinnigheid aanhing, tegendelen met elkaar wilde verzoenen en op geen enkele manier in een hokje wilde passen. Hij presenteerde zichzelf als bohemien en romanticus, maar was

⁴
Zienderogen 1988; zie voor deze discussie de verzamelde artikelen in *De Bondt/De Smet* 2012.

⁵
Victor Margolin, 'Narrative Problems of Graphic Design History', *Visible Language* 28 (1994) 3, pp. 233-243; herdrukt in: Margolin 2002 en *De Bondt/De Smet* 2012.

tegelijktijd een zakelijk organisator die problemen analytisch en intellectueel benaderde. Emotie en ratio stonden op gespannen voet. Schrofer was een bemiddelaar en een teamwerker, maar hij had graag de regie. Hij nam de leiding en het ontbrak hem niet aan autoriteit. Maar hij sprong ook op de bres voor vrijheid ten aanzien van conventies en geloofde in democratisch bestuur. Reclame vond hij banaal, maar dat weerhield hem er niet van om jaren voor een reclamebureau te werken. Hij wees de systeemvormgeving van het Zwitserse modernisme af, maar ging vanaf de jaren zeventig juist heel systematisch werken. Een zekere recalitrantie was Schrofer niet vreemd, maar bovenal verdedigde hij een non-conformisme. Er moest altijd ruimte zijn voor andere mogelijkheden. Zijn motto was niet of-of maar en-en.

Zoals Schrofer zich in *Zienderogen* afvroeg wat zijn stiel was, is de vraag relevant in welke traditie deze studie staat. De historiografie van de grafische vormgeving in Nederland is, ondanks een belangrijke aanzet van Carel Kuitenbrouwer en Koosje Sierman, nog niet beschreven.⁶ Opvallend is dat die geschiedschrijving (net als het vak en zijn specialismen) verbrokken is. Ze komt voort uit de grafische wereld zelf, uit de boekwetenschap en uit de kunstgeschiedenis. De geschiedenis uit de grafische wereld bestaat voor een groot deel uit kleine geschriftjes van liefhebbers die al even liefdevol geproduceerd zijn door drukkers die zich begaan voelden met het vak, zoals Lecturis, Rosbeek en Thieme.⁷ Veelal waren dit relatiegeschenken en goodwilluitgaven die niet in de handel kwamen en dus een beperkte verspreiding hadden. Veelal waren dit ook geschriften van ontwerpers zelf, of van direct betrokkenen bij het beroep en niet van buitenstaanders. Discussies over het vak waren nauw gelieerd aan de praktijk en aan de actualiteit, en indirect of direct vaak aan de promotie van het vak. Drukkerij Thieme maakte de uitgave van het eerste grote overzichtswerk *Anderhalve eeuw boektypografie 1815-1965* mogelijk; de Dr. P.A. Tiele-Stichting stelde in de jaren vijftig de eerste bijzondere leerstoel boekwetenschap in.⁸ Aan Thieme danken we ook de eerste serie monografische boeken over Sandberg, Treumann, Schrofer en Crowel, een reeks uitgebreide interviews van journaliste Bibeb gewijd aan de Nederlandse leden van het elitegezelschap AGI, de Alliance Graphique Internationale. Maar er bestond en bestaat een afstand tussen de boekwetenschap en de in typografie gespecialiseerde auteurs enerzijds, en de wereld van waaruit andere grafisch ontwerpers en genres beschreven worden anderzijds. Deels is die het gevolg van het letterontwerpen, typografie en boeken als een specialisme met een eigen academisch fundament, maar hij valt ook te verklaren uit de negatieve klank die het daarmee verbonden traditionalisme lang aankleefde.

Traditionalisme is niet modern en de wereld van het gedrukte woord werd vooral bepaald door het volgen van regels en conventies, terwijl het grafisch ontwerp zijn waardering juist ontleende aan de drang tot verandering en persoonlijke expressie. Niet voor niets heet een van de vroegste overzichtsboeken van na 1945 *Traditie en vernieuwing* (Dick Dooijes, ondertitel: 'tien jaar Nederlandse drukunst 1945-1955', uitgegeven in 1959). Het afwijken en vernieuwen van traditie werd door hem gezien als vooruitgang, een standpunt dat hij ook als secretaris van de jaarlijkse uitverkiezing Best Verzorgde Boeken uitdroeg. Verstarring bracht geen levende cultuur voort, al bleef Dooijes in zijn talrijke kritieken en geschriften altijd genuanceerd en

⁶ Kuitenbrouwer/Sierman 1996.

⁷ Lecturis begon in 1974 een reeks publicaties over het vak onder redactie van Wim Crowel; Rosbeek in 1969. Ook de Kerstnummers *Drukkersweekblad* (later *Grafisch Nederland* geheten) en uitgaven van het Gerrit Jan Thiemefonds waren belangrijk voor het vak. Drukkerij Van Boekhoven-Bosch deed tussen 1979 en 1989 de serie *Gravisie* verschijnen, maar die had vooral de grafische industrie tot onderwerp. [zie ook: Zijlstra/Van Triest 1997]; ontwerper-uitgever Robert van Rixtel zet de traditie voort met uitgaven als *Roots*.

⁸ Wells/Handover e.a. 1965; de eerste leerstoel werd in 1954 bekleed door H. de la Fontaine Verwey; G.W. Ovink werd twee jaar later benoemd tot bijzonder hoogleraar wetenschap van de geschiedenis en de esthetiek van de drukunst en de daarmee samenhangende grafische technieken. De Tiele-Stichting, vernoemd naar bibliograaf-bibliothecaris P.A. Tiele, bevordert de boekwetenschap en maakte recentelijk in Leiden meer leerstoelen mogelijk. Voor de moderne geschiedenis van het boek werd dat Adriaan van der Weel en voor typografie Gerard Unger.

⁹ Hans Jaffé, 'Dutch Commercial Art', *Graphis* 6 (1950) 30, p. 104.

evenwichtig, een heer. Kunsthistorici keken niet zozeer naar traditie of techniek, maar naar vorm en stijl. Hans Jaffé ontwaarde binnen het grafisch ontwerp in 1950 twee stromingen: de nieuwe zakelijkheid (modernisme) en het expressionisme.⁹ Deze twee polen bepaalden lang de geschiedschrijving van vormgeving in ons land, waarin het modernisme als meer progressief gold en decoratief-illustratief werk in een minder gunstig daglicht stond. Zelfs het meest recente overzichtsboek, *Grafische vormgeving in Nederland, een eeuw uit 1993*, hield vast aan een polariteit: 'Het ambachtelijke traditionele of het versierende, "kunstzinnige" blijven even aanwezig als de experimentele, functionele, zakelijke, informatieve vormgeving. Deze twee richtingen, waarvan de eerste lijn direct uit het grafische vak voortkomt en de tweede onder invloed staat van de beeldende kunst en architectuur, hebben zich in telkens andere vormen tot nu toe gehandhaafd.'¹⁰ Ook deze formulering getuigt van verschillen, tegenstellingen en richtingen. Deels zijn ze het gevolg van de opkomst van de moderne grafisch ontwerper na 1945, een nieuw slag met een ander beroepsbeeld (zie hoofdstuk 2, 4, en 5). Deze generatie oriënteerde zich op de actualiteit en de moderniteit. De verhouding tussen dienstbaarheid en expressie was voor hen een punt van discussie en is dat sindsdien gebleven. De polariteiten – die gebruikt worden in vaktechnische zin en voor stilistische of mentaliteitsverschillen – lijken niet erg helder. Kunstzinnigheid en experiment overlappen elkaar immers. Ontwerpers die buiten categorieën vallen heten al gauw 'eenlingen' of 'individualisten', en voor iemand als Sandberg zou mogelijk een etiket als 'modernistisch expressionist' uitgevonden moeten worden. Voor Schrofer, die er juist prat op ging tegenstrijdigheden in zich te verenigen, is een begrip als 'stijl' bij uitstek problematisch.

De geschiedschrijving van grafische vormgeving is relatief jong en was met boeken en catalogi over individuele ontwerpers voornamelijk inventariserend (en soms hagiografisch) van aard. Deze monografie staat in een reeks boeken over naoorlogse grafisch ontwerpers die het Prins Bernhard Cultuurfonds in de jaren negentig samen met Uitgeverij 010 initieerde. Achtereenvolgens kwamen Wim Crouwel (1996), Otto Treumann (2001), Sandberg (2004), Jan van Toorn (2008) en Ootje Oxenaar (2011) aan de beurt. Eerder had het PBC monografieën op het gebied van beeldende kunst, architectuur en fotografie mogelijk gemaakt, en in 2001 begon het fonds een serie over beeldcultuur. Getuige de opkomst van het begrip 'beeldcultuur' is grafische vormgeving geen (stief)kind van de kunstgeschiedenis meer, maar onderdeel van grotere processen in de visuele cultuur.¹¹ Deze relatief nieuwe termen verwijzen naar een brede visie waarbinnen het onderscheid tussen hoge en lage cultuur aan relevantie inboette en ruimte geschapen werd voor nieuwe media. Andere subsidiërende fondsen en sectorinstellingen, zoals het in 2013 ontstane Het Nieuwe Instituut, spreken niet meer van vormgeving of design maar van de creatieve industrie.¹² Zulke begrippen reflecteren een inclusieve blik, andere accenten en meer hybride benaderingen. Hoewel designhistorici over hun vak discussiëren in eigen tijdschriften en op internetpodia, lijkt designgeschiedenis niet zozeer een aparte discipline als wel een specifiek onderwerp van studie. Het verschil tussen hoge en lage cultuur is de afgelopen decennia ook in dat kader vaak aan de orde gesteld.¹³ Het is bij uitstek een 'probleem' dat zich voordoet in het grafisch ontwerp, dat meestal banaal en efemer van karakter is,

¹⁰
Broos/Hefting 1993, p. 42.

¹¹
Het begrip beeldcultuur komt voort uit de veronderstelling dat in onze cultuur het beeld het woord is gaan domineren, zie o.a. Gierstberg/Oosterbaan 2002, Cleven 2010 en tal van boeken over visuele cultuur. Visual Culture of Visual Studies ontstond aan Amerikaanse universiteiten teneinde studenten te bedienen die moderne fenomenen als televisie en internet wilden bestuderen. Kunstgeschiedenis ging daarin op; Dikovitskaya 2005. Wat voorheen het Museum voor grafische vormgeving in Breda was, is herdoopt tot Museum of the Image (MOTI).

¹²
Het Nieuwe Instituut ontstond uit de fusie van het Nederlands Architectuurinstituut (NAi), Prensela (het sectorinstituut voor vormgeving) en Virtueel Platform (het kennisinstituut voor e-cultuur). Subsidies uit de budgetten van de Mondriaan Stichting en het Fonds voor beeldende kunsten, vormgeving en bouwkunst (Fonds BKVB) werden overgeheveld naar het Stimuleringsfonds voor Architectuur, dat sindsdien Stimuleringsfonds Creatieve Industrie heet. De 'creatieve industrie' is een begrip dat in navolging van Richard Florida (2002) populair werd en in relatie staat tot economische en stedelijke ontwikkelingen, zie: Franke/Verhagen 2005.

¹³
Zie onder andere: Victor Margolin, 'Design History or Design Studies: Subject Matter and Methods', *Design Issues* 13 (1992) 2, pp. 104-116, en de reactie van Adrian Forty, 'Debate. A Reply to Victor Margolin', *Journal of Design History* 5 (1992) 1, pp. 73-90.

maar ook een culturele waarde vertegenwoordigt. Dit proefschrift vertrekt vanuit de grafisch vormgevers van de Gkf, omdat Schrofer daar deel van uitmaakte en die vereniging bepalend was voor de Nederlandse ontwerpcultuur. Het tweede uitgangspunt is een onderscheid tussen grafische vormgeving als object (per subgenre), grafische vormgeving als activiteit/praktijk (communicatie, techniek, opdracht) en grafische vormgeving als professie en veld.

Schrofer verbond de grafische genres in *Zienderogen* met verschillende werelden: het boek (typografie), de massamedia (reclame) en de beeldende kunst (grafische vormgeving). Hij pendelde daar zelf als geen ander tussen heen en weer. Toch was reeds in zijn tijd het verschil tussen kunst en commercie onderwerp van verhitte debatten. Deze kwestie is inherent aan het vak, maar ook een historisch bepaald fenomeen dat elke keer in andere gedaanten opduikt. De professie lijkt zichzelf telkens opnieuw uit te vinden. Schrofer was weliswaar een grensbewoner, maar hij benadrukte continu dat vormgeving een infrastructuur nodig had met collecties, kritiek, reflectie en onderzoek om volwassenheid te bereiken. Hij geeft bij uitstek aanleiding om genres, werelden en beroepsbeelden in kaart te brengen.